

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam melakukan praktik kerja magang di Unit Pengelola Museum Kesejarahan Jakarta, penulis ditempatkan pada divisi *social media team*. Divisi *social media team* dibawah oleh Galih Utama Putra selaku koordinator *social media team* UP Museum Kesejarahan Jakarta. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis melakukan koordinasi dan didampingi oleh Fendrik Saputra selaku kepala tim.

Pembimbing lapangan memberikan gambaran terkait divisi *social media team*, kegiatan yang dilakukan, dan tugas selama praktik kerja magang. Penulis mendapatkan kesempatan untuk mempelajari dan mengelola akun media sosial UP Museum Kesejarahan Jakarta. Hasil konten yang telah dibuat penulis tidak langsung dipublikasikan, melainkan harus dikirimkan kepada kepala tim untuk mendapatkan kritik dan saran dan diteruskan kepada Koordinator *social media team*.

Pada minggu pertama melakukan praktik kerja magang, penulis diharuskan untuk mempelajari tentang museum-museum dibawah naungan UP Museum Kesejarahan agar penulis dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan pada museum, penulis diberikan kesempatan untuk mendatangi langsung museum tersebut dengan didampingi oleh kepala tim.

Selama melakukan praktik kerja magang penulis dilibatkan dalam mengambil keputusan terkait konten yang ada di media sosial UP Museum Kesejarahan Jakarta, penulis diberikan kesempatan untuk mengutarakan ide, konsep, kritik, maupun saran.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama 64 hari praktik kerja magang, penulis diberikan tugas sebagai berikut:

1. *Social media (Copywriting, dan Content Creator)*
2. *Special Event*

Selama praktik kerja magang tugas yang diberikan sesuai dengan mata kuliah yang telah dipelajari penulis. Selain diberikan kesempatan untuk mengelola media sosial UP Museum Kesejarahan Jakarta, penulis juga diberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam webinar antara UP Museum Kesejarahan dan museum-museum yang telah bekerja sama.

Berikut adalah uraian pekerjaan yang dilakukan penulis selama menjalani praktik kerja magang sebagai *social media team* UP Museum Kesejarahan Jakarta:

Tabel 3.1

Timeline aktivitas penulis

Minggu ke	Tugas yang Dilakukan
1 (24 Agustus – 27 Agustus 2020)	1. Pengenalan museum-museum dibawah naungan UP Museum Kesejarahan Jakarta. 2. Memahami <i>editorial plan</i> yang telah dibuat. 3. Membuat infografis virtual <i>tour</i> museum M.H Thamrin. 4. Membuat infografis virtual <i>tour</i> museum Sejarah Jakarta 5. Membuat ucapan HUT Malaysia.
2 (31 Agustus 2020 – 4 September 2020)	1. Membuat <i>caption</i> untuk infografis virtual <i>tour</i> . 2. Membuat konten Tahukah kamu. 3. Membuat <i>caption</i> untuk konten Tahukah kamu. 4. Mengikuti pembuatan konten virtual <i>tour</i> . 5. Membaca artikel berita tentang museum dan dipublikasikan ulang. 6. Membuat konten Tebak Gambar. 7. Membuat <i>caption</i> untuk konten Tebak Gambar.
3	1. Melakukan riset terhadap koleksi museum. 2. Pembuatan konten virtual <i>tour</i> .

(7 September – 11 September 2020)	<ul style="list-style-type: none"> 3. Membuat konten Tahukah kamu. 4. Membuat <i>caption</i> untuk konten Tahukah kamu. 5. Melakukan riset koleksi untuk konten tahukah kamu. 6. Membuat infografis tentang tutupnya museum.
4 (14 September – 18 September 2020)	<ul style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten Tebak Gambar. 2. Membuat <i>caption</i> untuk konten Tebak Gambar. 3. Membuat konten Tahukah kamu. 4. Membuat <i>caption</i> untuk konten Tahukah kamu. 5. Membuat ucapan turut berduka cita atas meninggalnya alm. Bapak Saefullah selaku sekretaris daerah provinsi DKI Jakarta. 6. Melakukan riset musik indie terkini. 7. Membuat konten Musik Asik Emkaje. 8. Membuat <i>caption</i> untuk konten Musik Asik Emkaje.
5 (21 September – 25 September)	<ul style="list-style-type: none"> 1. Membuat infografis virtual <i>tour</i> ruang sidang. 2. Membuat <i>caption</i> untuk konten infografis virtual <i>tour</i> ruang sidang. 3. Membuat konten Tahukah kamu. 4. Membuat <i>caption</i> untuk konten Tahukah kamu. 5. Memasukkan informasi dan jenis koleksi Museum Sejarah Jakarta ke website museum. 6. Membuat konten Koleksi Emkaje. 7. Membuat <i>caption</i> untuk konten Koleksi Emkaje.
6 (28 September – 2 Oktober 2020)	<ul style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>caption</i> untuk peringatan G30SPKI. 2. Membuat ucapan hari kesaktian Pancasila. 3. Membuat <i>caption</i> untuk hari kesaktian Pancasila. 4. Membuat <i>caption</i> untuk hari batik nasional. 5. Membuat konten Rubrik Emkaje
7 (5 Oktober – 9 Oktober 2020)	<ul style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>caption</i> untuk konten info emkaje. 2. Membuat konten Musik Asik Emkaje. 3. Membuat konten Kilas Balik Emkaje. 4. Membuat infografis tentang buka Kembali museum.
8	<ul style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>rundown</i> webinar Bisik Tetangga #1 2. Membuat infografis konten Bisik Tetangga #1.

(12 Oktober – 16 Oktober 2020)	3. Membuat <i>caption</i> untuk konten Bisik Tetangga #1. 4. Memasukkan informasi dan jenis koleksi Museum Joang 45 ke website museum.
9 (19 Oktober – 23 Oktober 2020)	1. Melakukan riset terhadap koleksi museum. 2. Membuat konten virtual <i>tour</i> Museum Prasasti. 3. Membuat <i>caption</i> untuk konten info emkaje. 4. Membuat konten Kilas Balik Emkaje.
10 (26 Oktober – 30 Oktober 2020)	1. Membuat ucapan hari Sumpah Pemuda. 2. Membuat konten Info Emkaje. 3. Memasukkan informasi dan jenis koleksi Museum Sejarah Jakarta ke website museum. 4. Melakukan riset terhadap ruangan museum. 5. Membuat konten virtual <i>tour</i> Ruang Orientasi.
11 (2 November – 6 November 2020)	1. Membuat ucapan hari Pahlawan. 2. Membuat konten Tahukah kamu. 3. Membuat konten Rubrik Emkaje. 4. Membuat rekapan jadwal konten virtual.
12 (9 November – 13 November 2020)	1. Memasukkan informasi dan jenis koleksi Museum Sejarah Jakarta ke website museum. 2. Melakukan riset terhadap koleksi museum. 3. Membuat konten Rubrik Emkaje 4. Membuat konten Tahukah kamu.
13 (16 November – 20 November 2020)	1. Membuat Infografis konten Bisik Tetangga #2 2. Membuat <i>caption</i> untuk konten Bisik Tetangga #2. 3. Memasukkan informasi dan jenis koleksi Museum Prasasti ke website museum. 4. Membuat konten Musik Asik Emkaje

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2020)

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3. Content Creator

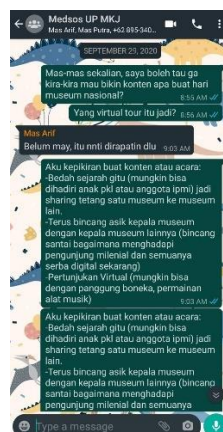
Menurut Sayugi yang dikutip dalam Gresia (2019), *content creator* adalah orang yang membuat konten dengan tujuan sebagai hiburan, informasi, dan edukasi. Bentuk konten yaitu tulisan, gambar, video, suara dan animasi yang mempunyai konsep yang jelas. Konten biasanya dibuat dengan unik untuk menarik perhatian khalayak ramai sehingga *exposure* terhadap *brand* atau perusahaan dapat meningkat. Proses pembuatan konten terbagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Pra produksi

Pra produksi adalah tahap awal dalam pembuatan konten, pada tahap ini *social media team* UP Museum Kesejarahan Jakarta melakukan pengembangan ide serta riset terhadap koleksi pada masing-masing museum. Pengembangan ide dilakukan guna menemukan hal baru dan unik diantara museum lainnya. Riset adalah kegiatan wajib sebelum pembuatan konten guna menghindari penjelasan koleksi yang berulang serta melihat koleksi dan ruangan mana yang sering dilihat dan disukai oleh pengunjung.

Gambar 3.1

Pengutaraan Ide Konten Penulis



(Sumber: Data Pribadi Penulis)

2. Produksi

Pada tahap produksi ide dan konsep yang telah didapatkan pada tahap pra produksi mulai dijalankan. *Social Media Team* UP Museum Kesejarahan Jakarta mulai membuat konten visual, melakukan editing, dan mempublikasikan konten tersebut ke Instagram @museumkesejarahan.

Gambar 3.2

Konten Tebak Gambar oleh Penulis



(Sumber: Instagram @museumkesejarahan)

Gambar 3.3

Konten Musik Asik Emkaje oleh Penulis



(Sumber: Instagram @museumkesejarahan)

Gambar 3.4
Konten Bisik Tetangga oleh Penulis



(Sumber: Instagram @museumkesejarahan)

3. Pasca produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahap akhir, pada tahap ini *Social Media Team* UP Museum Kesejarahan Jakarta melihat bagaimana respon dan *feedback audience* melalui *like*, *comment*, dan *viewers* pada konten tersebut. Respon dan *feedback* menjadi acuan untuk melihat daya tarik *audience* terhadap konten.

Selama masa periode praktik kerja magang, penulis diberikan kesempatan untuk mengutarakan ide, gagasan, atau konsep. Penulis membuat beberapa konten untuk mengisi Instagram @museumkesejarahan. Konten yang berhasil penulis realisasikan dan masih digunakan, yaitu: Musik Asik Emkaje yang berisikan tentang rekomendasi lagu-lagu untuk menemani pengunjung ketika mendatangi museum, Tebar emkaje adalah konten yang menyajikan tentang teka-teki koleksi museum, Bisik Tetangga yang membahas tentang budaya antar negara.

3.3.2 Copywriting

Menurut Sandra Moriarty (2011), *copywriting* adalah penyusunan kata kata untuk iklan yang memuat informasi yang dikemas secara menarik *Copywriting* bisa dikerjakan oleh *copywriter*. Penyusunan kata-kata ini sangat penting dalam dunia

periklanan, tidak hanya visualisasi saja yang dilihat namun penyusunan kata-kata sangat penting untuk menarik daya minat pembeli.

Menurut Jefkins dalam kutipan Rizka (2013), *Copywriting* adalah susunan kalimat yang dibuat oleh *copywriter* untuk menarik daya minat beli konsumen, susunan kalimat berperan penting untuk membuat iklan tersebut menjadi lebih menarik.

Secara garis besar *copywriting* merupakan penyusunan kalimat yang dikemas secara menarik sehingga dapat mempengaruhi *audience*. Dalam hal ini *Social Media Team* UP Museum Kesenjaraan Jakarta mengadaptasi definisi dari para ahli diatas, konten-konten publikasi museum harus memiliki *caption* yang memuat informasi secara unik dan singkat.

Selain mempublikasikan dan membuat konten pada periode praktik kerja magang penulis ditugaskan untuk membuat *caption* disetiap postingan yang akan dipublikasikan di Instagram @museumkesenjaraan. Berikut adalah contoh dari *caption* yang penulis buat dan dipublikasikan:

Gambar 3.5

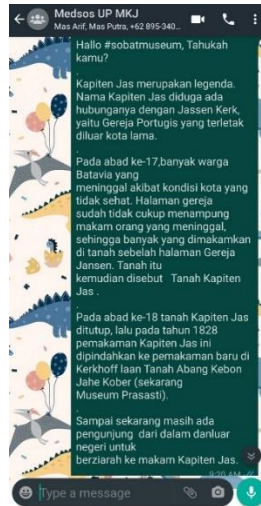
Caption Musik Asik Emkaje



(Sumber: Instagram @museumkesenjaraan)

Gambar 3.6

Caption Konten Tahukan Kamu



(Sumber: Data Pribadi Penulis)

3.3.3 *Special Event*

Special event adalah kegiatan yang mengumpulkan massa (*public*) dan mengajak mereka untuk berinteraksi secara langsung. *Special event* biasanya dilakukan untuk menarik perhatian khalayak ramai yang dikemas secara menarik dan unik sehingga menjadi daya tarik khalayak.

Menurut Ruslan dalam kutipan Ahmad (2018), *event* dilakukan dengan tujuan untuk mengirimkan pesan kepada klien atau calon klien. *Event* merupakan kegiatan merupakan kegiatan yang dilakukan ketika menjalani kerja sama antar perusahaan atau lembaga dengan bantuan sponsor.

Special event diadakan oleh UP Museum Kesenjaraan Jakarta dengan bentuk webinar (web seminar). Kegiatan ini diharapkan dapat menjalin kerja sama dan mempererat tali silaturahmi antar museum tetangga. Kegiatan ini mempunyai nilai unik yaitu membahas makanan tradisional antara negara tetangga.

Menurut Goldblatt (2014), untuk menghasilkan *event* yang efektif dan efisien ada lima tahap yang harus dilakukan, yaitu:

1. *Research*

Riset dilakukan untuk mengetahui budaya yang sedang berkembang di masyarakat, apa yang dibutuhkan masyarakat dan riset juga mengurangi resiko kegagalan serta menimbulkan sifat antisipatif. Pada webinar Bisik Tetangga #1, penulis melakukan

riset terhadap pembahasan apa yang biasanya dilakukan ketika mengadakan seminar, riset juga dilakukan untuk menentukan target *audience* yang sesuai dengan acara ini agar menghindari kesalahan target *audience*.

2. Design

Pada tahap rancangan ini ditentukan tema dan konsep *event*, pada webinar Bisik Tetangga #1 penulis membuat tema “Citra dan Rasa Variasi Kue Tradisional Melaka – Jakarta bersama Perbadanan Muzium Melaka (PERZIM)”.

3. Planning

Pada tahap ini mulai menentukan dan menyusun strategi yang akan digunakan ketika akan melakukan *event*, di tahap ini juga penulis membuat draft proposal yang diajukan kepada Kepala UP Museum Kesenjaraan Jakarta dan Kepala Perzim. UP Museum Kesenjaraan menentukan *audience* yang akan menjadi peserta dan solusi ketika target *audience* tidak sesuai, pada hal ini penulis memutuskan untuk bekerja sama dengan Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI).

Gambar 3.7

Proses Pengajuan Proposal



(Sumber: Data Pribadi Penulis)

4. Coordinating

Pada tahap ini panitia acara melakukan koordinasi dengan pengisi acara, untuk menghindari kesalahan teknis. Koordinasi antar sesama panitia juga penting dilakukan untuk menjalin komunikasi yang kuat dan menghindari

miscommunication. Pada hal ini penulis melakukan koordinasi dengan ibu Azimah selaku kurator dari Perzim dan bang Doel selaku budayawan Betawi dengan memberikan *rundown* dan tema besar dari *event* webinar ini.

Gambar 3.8

Rundown acara

Detail Teknis Live Biosk (Bincang Asik) Tetangga #1: Citra dan Rasa Variasi Kue Tradisional Melaka - Jakarta bersama Perbadanan Muzium Melaka (PERZIM)

Platform : Zoom Meeting (Pro Version)*
Hari/Tanggal : Senin, 19 Oktober 2020
Waktu : Pukul 14.00-15.30 WIB/ 3 PM – 4.30 PM Waktu Malaysia

Rundown Acara:

13.45 - 14.00 Registrasi Peserta
14.00 - 14.05 Pembukaan
14.05 - 14.10 Welcoming Speech dari Kepala Unit Pengelola Museum Sejarah Jakarta
14.10 - 14.15 Welcoming Speech dari Pengurus Besar Perbadanan Muzium Melaka
14.15 - 14.20 Berdoa
14.20 - 14.40 Paparan dari Bang Doel mengenai Kue tradisional khas Jakarta
14.40 - 15.00 Paparan dari Ibu Azimah mengenai Kue Tradisional khas Melaka
15.00 - 15.30 Q & A Session

Poin pembahasan secara garis besar selama live:
Paparan mengenai Sejarah, Kebudayaan, Makanan khas (Kue Tradisional), fun fact dan resep makanan maksimum 15 slides

Sesi tanya jawab (Q&A) terhadap penonton dan diskusi antar Narasumber kedua museum – daftar pertanyaan akan dibantu pantau dari tim sosial media MSJ dan diinformasikan melalui grup WA Perzim & UP MKJ - 30 menit

Catatan:

- Tim kedua belah pihak museum aktif melihat Zoom Meeting secara seksama
- Apabila dibutuhkan gladi resik/Rehearsal, maka waktu dapat diatur sesuai kesepakatan sebelum live berlangsung.
- Dimohon masing-masing pihak menghadirkan peserta minimal 10 orang

(Sumber: Data Pribadi Penulis)

5. *Evaluations*

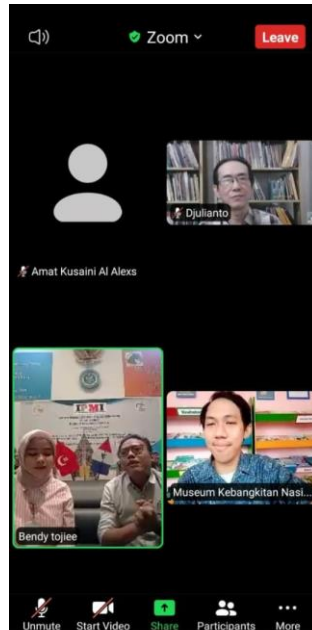
Evaluasi menjadi tahap akhir dari tahapan pembuatan acara, evaluasi bertujuan untuk melihat apakah acara yang diselenggarakan sudah sesuai dengan target yang dipilih? apakah acara ini sudah sesuai dengan sistematika yang dibuat oleh panitia acara?. Hal tersebut digunakan untuk menjadi tolak ukur keberhasilan suatu acara dan menjadi acuan untuk pembuatan acara selanjutnya. UP Museum Kesenjajaran Jakarta melakukan evaluasi dengan cara melihat jumlah *audience*, respon dan keaktifan *audience* selama menjalani webinar.

Selama masa periode praktik kerja magang, penulis diberikan kesempatan untuk membuat webinar dan bekerja sama dengan Perbadanan Muzium Melaka (Perzim) dengan tema “Citra dan Rasa Variasi Kue Tradisional Melaka”. Pada webinar ini *Social Media Team* bekerja sama dengan Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) yang berpusat di Museum Sejarah Jakarta untuk menarik *audience* serta mewajibkan anak praktik kerja lapang pemandu tingkat SMK untuk mengikuti webinar ini. Penulis ditugaskan untuk membuat proposal acara

dan juga diberikan kesempatan menjadi *host* dalam acara tersebut dengan didampingi oleh bapak Bendy Tojeee selaku pemandu Museum Sejarah Jakarta.

Gambar 3.9

Penulis Menjadi *Host*



(Sumber: Data Pribadi Penulis)

3.4 Kendala yang Ditemukan Selama Kerja Praktik Magang

Selama melakukan praktik kerja magang, penulis menemukan kendala, yaitu:

1. Terjadi *miscommunication* terhadap *jobdesc* karena melewati beberapa tahap alur sampai terjadinya konfirmasi persetujuan dari pihak-pihak tertentu.
2. Perubahan konsep konten secara mendadak karena tidak adanya persetujuan dari kepala UP Museum Kesenjaraan Jakarta.
3. Ketika mengadakan *event* webinar, tidak dapat melihat respon *audience* karena peserta lebih memilih mematikan kamera selama menjalani webinar.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah solusi yang dilakukan atas kenda-kendala diatas, yaitu:

1. Memastikan konsep konten atau acara sudah disetujui oleh Kepala UP Museum Kesenjaraan Jakarta serta mengadakan *meeting* untuk membahas konsep cadangan jika konsep utama tidak disetujui agar tidak memakan waktu.
2. Memastikan *Jobdesc* masing-masing kepada Koordinator, serta koordinator dapat mengelola pembagian tugas dengan baik.
3. Membuat pertanyaan interaktif agar *audience* tertarik menjawab, ketika menjawab pertanyaan *audience* diwajibkan untuk menyalakan kamera.